

управлінням розуміється сукупність форм і методів реалізації антикризових процедур стосовно до конкретного підприємства.

Процес антикризового управління – це система управлінських заходів відносно упередження, нейтралізації, діагностики і подолання кризових явищ та причин їх виникнення на всіх рівнях економіки. Антикризове управління ґрунтується на загальних принципах і методах, які притаманні управлінським процесам.

**Список літератури:** 1. Байцым В.Ф. Некоторые аспекты антикризисного управления предприятием // Вісник Харківського університету. – Сер. «Актуальні проблеми сучасної науки в дослідженнях молодих вчених м. Харкова». – № 456. – Ч.1. – С. 229–232. 2. Булеев И.П. Основные направления стабилизации работы предприятия в условиях выхода из экономического кризиса / Булеев И.П., Брюховецкая Н.Е. – Донецк, ИЭР НАН Украины, 1998. – 56 с. 3. Друкер П.Ф. Управление, нацеленное на результаты: пер. с англ. / П.Ф. Друкер – М.: Технол.шк. бизнеса, 2004. – 200 с. 4. Іванюта С.М. «Антикризове управління підприємством». – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 288 с.

**Bibliography (transliterated):** 1. Baycy'm V.F. Nekotory'e aspekty' antikrizisnogo upravleniya predpriyatiem Vi'snik Harki'vs'kogo uni'versitetu. – Ser. «Aktual'ni' problemi suchasnoi` nauki v dosli'djennyah molodih vchenih m. Harkova». – No 456. – CH.1. – P. 229–232. 2. Buleev I.P. Osnovny'e napravleniya stabilizacii raboty' predpriyatiya v usloviyah vy'hoda iz e`konomicheskogo krizisa. – Doneck, IE`R NAN Ukrainy', 1998. – 56 p. 3. Druker P.F. Upravlenie, nacelennoe na rezul'taty': per. s angl. – Moscow: Tehnol.shk. biznesa, 2004. – 200 p. 4. I'vanyuta S.M. «Antikrizove upravli'nnya pi'dprie"mstvom». – Kiev: Centr uchbovoi` li'teraturi, 2007. – 288 p.

Надійшла (received) 06.03.2014

УДК 338.001; 338.246

**І. В. ШУБА**, канд. техн. наук, доц., НТУ «ХПІ»

## **АНАЛІЗ ФОРМ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

У статті розглянуто та проаналізовано існуючі шляхи комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності з точки зору правовласника об'єкту інтелектуальної власності, переваги та недоліки кожного. Охарактеризовано загальні принципи інноваційного продукту. Описано основні теоретичні підходи до комерціалізації інтелектуальної власності. Розглянуті форми комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. Запропоновано рекомендації щодо успішної реалізації інноваційного продукту.

**Ключові слова:** комерціалізація, інноваційний продукт, об'єкт інтелектуальної власності, винахід, інвестиції.

**Вступ.** У світлі проголошеного новим керівництвом України курсу на інтенсивне зближення з Європою, надзвичайно важливою стає побудова ефективної моделі ринкової економіки на основі залучення об'єктів права інтелектуальної власності та результатів наукових досліджень. Саме ґрунтуючись на такому курсі, повинна розвиватися інноваційна політика держави, яка являє собою форми і методи державного стимулювання науково-

технічної діяльності з метою широкого втілення наукових досліджень та інженерних розробок у нові конкурентоспроможні види продукції, нові технологічні процеси (способи), нові організаційні рішення.

**Аналіз останніх досліджень та літератури.** Серцевиною будь-якого успішного бізнесу є нова нестандартна ідея. Але сама по собі вона вартує небагато. Щоб принести підприємству прибуток, вона потребує розвитку і опрацювання, втілення в інноваційній продукції або нових послугах та успішної комерціалізації. Стів Джобс сказав, що саме інновація відрізняє лідера від наздоганяючого.

Питаннями комерціалізації займалися науковці-економісти такі як: Брюс Е., Друкер П., Росвелл Р., Шелтон Р., Даффі В.М., Мухопад В.І. та інші. Останні роки незалежна Україна намагається побудувати нову процвітаючу країну з інноваційною моделлю економіки, основними характеристиками якої є [1-3] :

- 1) наявність державної політики та законодавства направлено на стимулювання інноваційних процесів;
- 2) наука та освіта – безумовні пріоритети державної підтримки;
- 3) перевага інтелектуального характеру праці над індустріальним;
- 4) інтегровані технології;
- 5) висока вартість робочої сили.

Перетворення знань, наукових розробок на гроші є головною метою комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. Взагалі під комерціалізацією розуміють підпорядкування діяльності цілям отримання прибутку. Стосовно об'єктів права інтелектуальної власності під діяльністю, що підпорядкована цілям отримання прибутку, зазвичай, розуміють введення об'єктів права інтелектуальної власності до цивільного обороту, – тобто використання прав на об'єкти права інтелектуальної власності у господарській діяльності. Це може бути: купівля або продаж (передання) прав на об'єкти права інтелектуальної власності іншій особі, внесення об'єктів права інтелектуальної власності до статутного капіталу, операції з надання або отримання ліцензії, операції з об'єктами права інтелектуальної власності як товаром або інновацією чи заставою, введення в експлуатацію у внутрішньовиробничому процесі тощо.

Основним завданням розвитку промисловості є формування конкурентного виробничого потенціалу на внутрішньому та зовнішньому ринках за рахунок впровадження результатів наукових розробок та об'єктів промислової власності [7]. Важливим залишається питання щодо побудови цілісної системи, яка б відповідала стратегії економічного та соціального розвитку країни і включала б

до свого складу такі ланки: «ідея – технологія – набуття правової охорони на результати інтелектуальної діяльності – їх використання – захист прав інтелектуальної власності».

Досвід [1-6] показує, що добре працюючі, ефективні і справедливі схеми комерціалізації винаходів можна розробити, використовуючи такі принципи:

- наявність міцної фінансової інституції (держави або групи фірм), що відповідатиме за реалізацію схеми;
- винахідник також повинен витратити час і певну суму грошей (особистий інтерес винахідника);
- фінансова інституція повинна ризикувати, втрачаючи за час комерціалізації від 10 до 40 % вкладених коштів;
- уміння чекати – перші 5-6 років можна очікувати лише обмежених прибутків від інвестованих фондів;

Нажаль, зараз в економіці та інноваційній сфері України існує низка проблем, здебільшого інституційного характеру, що заважають кардинальному підвищенню інноваційної активності як основного інструмента реалізації конкурентних переваг, пов'язаних із досить високим інтелектуальним потенціалом.

**Мета досліджень, постановка проблеми.** Метою даних досліджень є аналіз існуючих способів комерціалізації та можливість їх реалізації для правовласника об'єкту інтелектуальної власності в сучасних умовах.

**Результати дослідження.** Розгляд процесу комерціалізації варто розпочати з визначення основних учасників процесу комерціалізації науково-технічних розробок. До них відносяться виробники інноваційного продукту (винахідники), інвестори, які купують у правовласника право на використання об'єкту інтелектуальної власності та посередники (рис. 1).

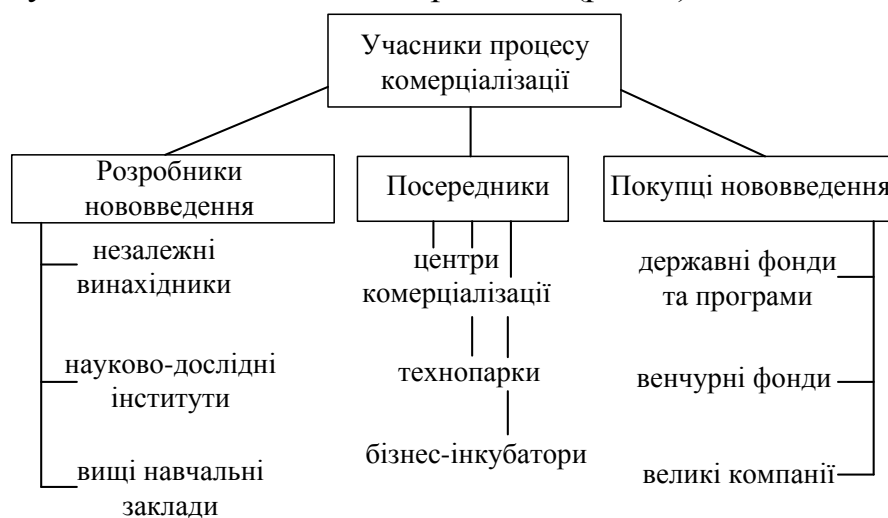


Рис. 1 – Учасники процесу комерціалізації

Розробникам інноваційного продукту, незважаючи це фізичні чи юридичні особи, гарантовано цивільним кодексом України [9] особисті немайнові та майнові права. До не майнових прав належать право на авторство та право на недоторканність твору. Спектр особистих майнових прав охоплює поняття «розпорядження» правами: володіти, використовувати, розпоряджатися та перешкоджати неправомірному використанню об'єкту інтелектуальної власності. Після створення інноваційного продукту, перед власниками постає питання щодо одержання прибутку від результату їх інтелектуальної діяльності. Механізм комерціалізації інтелектуального продукту багатоходовий і потребує опанування та використання сукупності знань з різних галузей права, економіки, фінансів, бухгалтерського обліку, менеджменту тощо. Існують різні форми комерціалізації, які обираються відповідно до конкретного інноваційного об'єкту, фінансових та матеріальних можливостей власника тощо. Оцінка потенціалу комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності базується на принципі: інтелектуальна власність створює цілий ряд витрат, які мають бути протиставлені низці можливостей по примноженню прибутку того, хто використовує інтелектуальну власність.

Способи комерціалізації результатів інтелектуальної діяльності представлено на рисунку 2.

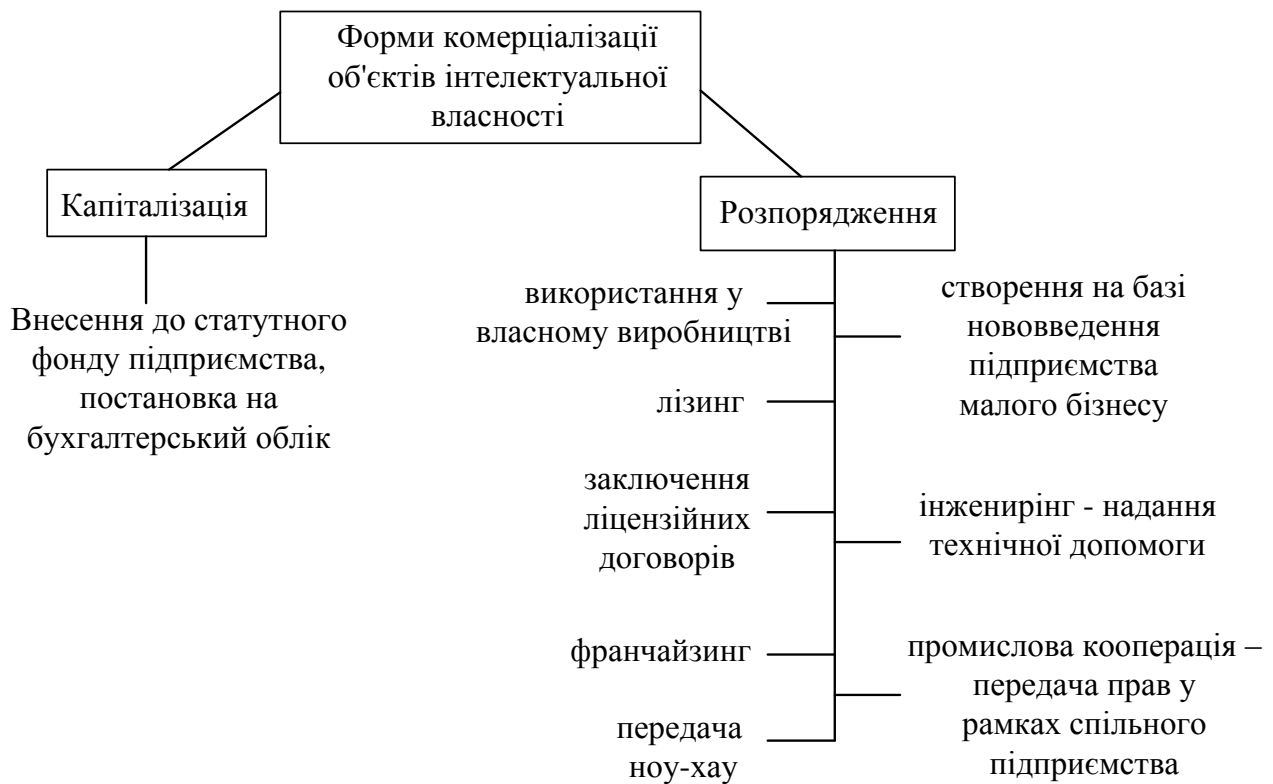


Рис. 2 – Форми комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності

Фактор, який варто враховувати при виборі способу комерціалізації – це стан об'єкту господарської діяльності, тобто на якому етапі життєвого циклу знаходиться інноваційний продукт, оскільки існує залежність ймовірності успіху від ступеню готовності об'єкту (табл. 1)

Таблиця 1. Залежність ймовірності успіху ( $B_y$ ) від ступеню готовності технології

№ п/п	Ступінь готовності, етап	$B_y$
1	Ідея	0,25
2	НДР	0,5
3	ДКР	0,75
4	Промислове освоєння	1,0

Важливо, що власникам інноваційного продукту не обов'язково зосереджуватися на одному із способів комерціалізації (табл. 2). Так, наприклад, при використанні об'єкту інтелектуальної власності у власному виробництві можна видавати невиняткові ліцензії, які передбачають множину ліцензіарів, або використовувати лізинг на обладнання, або франшизу, або інжиніринг у вигляді консультативних послуг.

Також, слід зазначити, що існують поняття передачі прав та відчуження. При відчуженні право на об'єкт інтелектуальної власності передається у повному обсязі. При передачі прав власник не втрачає права на об'єкт, а в залежності від виду ліцензійного договору може використовувати об'єкт у дозволених межах.

Таблиця 2. Форми комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності

Форма комерціалізації	Особливості способу комерціалізації
Використання у власному виробництві	Винахід створено для власних цілей. До переваг способу можна віднести те, що він дозволяє уникнути витрачання коштів та часу на пошук покупця новації, дозволяє утримувати монополію на ринку інноваційного продукту, здатність безперервного контролю над виробництвом. Недоліки: значний строк окупаємості, потреба у значних матеріальних та фінансових витратах для впровадження винаходу. При вдалому використанні інновації можливе створення малого підприємства.
Лізинг	Це комплекс майнових та економічних відносин, коли об'єктом інтелектуальної власності є обладнання. Перевагою способу являється те, що він може приносити додатковий прибуток при використанні об'єкту інтелектуальної власності у власному виробництві. При лізинзі передбачається можливість викупу обладнання за остаточною вартістю після закінчення строку дії договору.

## Закінчення таблиці 2

Інженіринг	Інженерно-консультаційні послуги дослідницького, розрахунково-аналітичного характеру, підготовка техніко-економічного обґрунтування проектів, розробка рекомендацій щодо впровадження інноваційного продукту. Можливо здійснювати паралельно з використанням у власному виробництві.
Франчайзинг	Головним об'єктом інтелектуальної власності являється знак для товарів та послуг (бренд), паралельно можлива передача і інших об'єктів промислової власності. За рахунок «розкрученості» бренду та гарантії ділової репутації франчайзера гарантується відносно швидкий прибуток з невеликими витратами.
Промислова кооперація	Заключається в передачі прав на об'єкти інтелектуальної власності в рамках спільного підприємства. Основна функція кооперації – зведення до мінімуму рівня підприємницького ризику та витрат виробництва. Перевагами являються можливість виходу на нові ринки, зменшення витрат на впровадження.
Видача ліцензій	Найпоширеніша форма комерціалізації, яка забезпечує додатковий прибуток патентовласника від продажу ліцензії. Продаж ліцензії дозволяє ліцензіару вирішити проблеми при, наприклад, коли попит на продукцію перевищує обсяги власного виробництва, коли потрібні кошти на вдосконалення виробництва, коли раптово погіршується кон'юнктура ринку тощо.

Потрібно не забувати і про фактори, які впливають в тій чи іншій мірі на досягнення успіху при комерціалізації винаходів, зокрема таких як вдалий вибір новації серед великої кількості розробок, ефективний маркетинг та вдалий вибір ринку, високо кваліфіковані спеціалісти – інноваційні менеджери, вдала реклама нововведення, присутність достатньої кількості фінансової та матеріальної підтримки, відсутність недобросовісної конкуренції.

**Висновки.** Таким чином, кожен із способів комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності представляє інноваційним підприємствам широкі можливості по реалізації наукових розробок. Власник розробки може самостійно вивести продукт на інноваційний ринок, однак краще скористатися послугами спеціалістів інноваційних менеджерів, які, враховуючи на якому рівні життєвого циклу знаходиться інноваційний продукт та його специфіку і унікальність, особливості ринку збуту та попит на кінцевий результат після втілення в життя новації, а також особисті досвід та вміння, перетворюють знання на гроші. В сучасних умовах важливим при комерціалізації нововведень є налагодження відносин між учасниками інноваційного процесу (винахідник – посередник – покупець новації), вдосконалення законодавчої та нормативної бази в сфері комерціалізації наукових розробок, необхідність вживати заходів щодо популяризації інноваційного процесу та створення сприятливих умов для переходу до інноваційної моделі економіки України.

**Список літератури:** 1. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. –К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 504 с. 2. Павленко І. А. Економіка та організація інноваційної діяльності. Навч. посібник. – Вид-во 2-ге, без змін. – К.: КНЕУ, 2006. – 204с. 3. Ковалев Г. Д. Інноваційні комунікації: навчальних посібників для вузів. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 216 с. 4. Беляєв В. Б. Основні тенденції формування інноваційних технологій / В. Б. Беляєв // Законодавство і економіка. – 2008. – № 2. – С. 12-15. 5. Василенко В. О., Шматко В. Г. / Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. Видання 3-є. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 440 с. 6. Аниконов Н. Б. Інновації і зростання / Н. Б. Аниконов, О. Г. Бабков // Інновації. – 2004. – № 7. – С. 10-13. 7. Меньяло Л.А. Передача права на объекты интеллектуальной собственности. Конспект лекций. – К.: ЗАО «Институт интеллектуальной собственности и права, 2000. – 224 с. 8. Цыбулев П.Н., Денисюк В.А. Оценка интеллектуальной собственности: – К.: ЗАО «Институт интеллектуальной собственности и права», 2002. – 216 с. 9. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15/>

**Bibliography (transliterated):** 1. Krasnokuts'ka N. V. I'nnovaci'yniy menedjment: Navch. posi'bnik. – Kiev: Centr navchal'noi` li'teraturi, 2003. – 504 p. 2. Pavlenko I'. A. Ekonomi'ka ta organi'zaci'ya i'nnovaci'ynoi` di'yal'nosti'. Navch posi'bnik. – Vid-vo 2-ge, bez zmi'n. – Kiev: KNEU, 2006. – 204 p. 3. Kovalev G. D. I'nnovaci'yni' komuni'kaci'i': navchal'nih posi'bniki'v dlya vuzi'v. – Moscow: YUNITI-DANA, 2000. – 216 p. 4. Belyae'v V. B. Osnovni' tendenci'i` formuvannya i'nnovaci'ynih tehnologi'y. Zakonodavstvo i' ekonomi'ka. – 2008. – No 2. – P. 12-15. 5. Vasilenko V. O., SHmat'ko V. G. / I'nnovaci'yniy menedjment: Navch. posi'bnik. Vidannya 3-e. – Kiev: Centr navchal'noi` li'teraturi, 2005. – 440 p. 6. Anikonov N. B. I'nnovaci'i` i' zrostannya. – I'nnovaci'i`. – 2004. – No 7. – P. 10–13. 7. Menyaylo L.A. Peredacha prava na ob'ekty' intelektual'noy sobstvennosti. Konspekt lekcij. – Kiev: ZAO «Institut intelektual'noy sobstvennosti i prava, 2000. – 224 p. 8. Cy'bulev P.N., Denisyuk V.A. Ocenka intelektual'noy sobstvennosti: – Kiev.: ZAO «Institut intelektual'noy sobstvennosti i prava», 2002. – 216 p. 9. Civi'l'niy kodeks Ukrai`ni [Elektronniy resurs]. – Rejim dostupu : <<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15/>>

Надійшла (received) 06.05.2014

УДК 33.621

**В. А. МІЩЕНКО**, докт. екон. наук, проф., НТУ «ХПІ»;  
**О. С. ДРУГОВА**, ст. викладач, НТУ «ХПІ»

## РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ У ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

У статті розглянуто особливості розвитку підприємств машинобудування. Проаналізовано економічний стан підприємств машинобудівної галузі Харківської області. Охарактеризовано основні чинники впливу на локальні потенціали макро- та мікро-середовища підприємств. Визначено закономірність розташування підприємств. Визначено особливості структури реалізованої продукції, напрямки розвитку локальних потенціалів зокрема маркетингового, виробничого, збутового, фінансового, виявлено чинники основних результатів діяльності підприємств машинобудування Харківської області. Зроблено висновки про можливість практичного застосування отриманих результатів та рекомендацій.

**Ключові слова:** машинобудування, чинники розвитку, локальні потенціали, конкурентоспроможність, регіональні особливості, конкурентний потенціал.

**Вступ.** Для того, щоб Україна стала повноцінним гравцем на міжнародному рівні необхідно підвищити конкурентоспроможність